

2007

www.munthe-kaas.dk

Peter Munthe-Kaas

[DEN GODE PROJEKTBEKRIVELSE]

En gennemgang af de forskellige elementer, der kan inddrages i en projektbeskrivelse i forbindelse med fundraising. Gennemgangen er orienteret imod ungdomsprojekter og projekter i det frivillige foreningsliv.

Denne gennemgang er baseret på overvejelser, der er vigtige i forbindelse med en projektbeskrivelse. Mange fonde har egne ansøgningskemaer der skal udfyldes, men min erfaring er at der ofte giver et bedre resultat af skrive en separat projektbeskrivelse da man på den måde har et reskab til både projektstyring, præsentation og fundraising. Opstillingen i punkter i den følgende tekst er for overskuelighedens skyld og det vil ofte være for omfattende at gennemgå alle punkter grundigt hvis man ønsker at fundraise til mindre projekter.

Introduktion

Hvad er de vigtigste elementer i projektet?

Projektets essens på 300 ord. En kort og interesserenskabende sammenfatning af hele projektbeskrivelsen under fængende overskrifter. Denne pitch er også anvendelig i forbindelse med markedsføring af arrangementet.

Baggrund

Hvordan i fik idéen? Hvilke problemstillinger projektet arbejder med?

En baggrund for et projekt kan f.eks. være den samfundsmæssige årsag til at projektet er nødvendigt at støtte (vi har startet projektet fordi vi mener at der er for lidt interaktivt teater, der henvender sig til børn) eller en lille historie om hvordan i fik idéen (vi blev inspirerede til projektet da vi oplevede hvordan en legende gruppe af børn udvikler idéer og ”spiller med”).

Citer gerne fra pressen, relevant litteratur, en beskrivelse af et andet arrangement eller lignende, der har inspireret jer til at starte projektet. Politiske tiltag er også gode at tage udgangspunkt i. Det handler om at synliggøre og sandsynliggøre at der er en god pointe i at gennemføre jeres projekt fra et almennyttigt perspektiv og at sætte jeres projekt ind i en overordnet kontekst.

Idé

Hvad er det i vil skabe? Hvad er det nye ved projektet? Hvilke virkemidler vil projektet gøre brug af for at nå målet?

Med en beskrivelse af tankerne om projektet, jeres målsætninger og metoder bliver forklaringen af idéen ofte det længste afsnit i en projektbeskrivelse. Det er vigtigt at beskrive projektet i termer som alle kan forstå og undgå ”faglige” indforståetheder, der kan forvirre læseren. Det er til gengæld centralt at i beskriver hvad der gør jeres projekt unikt eller specielt.

Undgå også at skrive for meget om selve produktet (teaterstykket, filmen, rollespillet osv.), men hold jer til at beskrive den centrale tanke eller vision med dette. I alt for mange projektbeskrivelser forklares der indgående hvordan produktet vil tage sig ud i stedet for at fokusere på en beskrivelse af processen – altså hvordan i vil gennemføre projektet, hvad deltagerne får ud af det og hvordan projektgruppen vil arbejde.

Formål

Hvilket resultat skal projektet have? Hvilken effekt skal det skabe?

Det kan i praksis være vanskeligt at adskille idéen bag et projekt fra formålet, og opdelingen vil kun være aktuel i meget omfattende projektbeskrivelser. Dog er det i enhver projektbeskrivelse centralt at beskrive formålet eller formålene for projektet - altså hvad der skal opnås med dets gennemførelse.

En vigtig pointe når det kommer til formål er, at et projekt sagtens kan have adskillige. Eksempler på formål kan være at skabe et produkt, at gøre opmærksom på en problemstilling, at projektgruppen lærer noget gennem arbejdsprocessen, at deltagerne lærer noget gennem deres deltagelse, at der skabes nye venskaber/netværk, at projektet inspirerer flere unge til at skabe egne initiativer eller at projektet skaber debat.

Særligt relevant er det at tage stilling til om arbejdsprocessen og udviklingen af projektet er et formål i sig selv.

Organisering

Hvordan i har tænkt jer at arbejde i projektgruppen? Hvordan vil i udvikle projektet/tage beslutninger?

Organiseringen er en konkretisering af de læringsmål i sætter jer i beskrivelserne af idé og formål. Det handler om at beskrive hvordan projektgruppen overordnet vil arbejde, eksempelvis om der er tale om en flad struktur, om der skal der være et ugenligt/månedligt møde eller om der er en fast opdeling af roller og ansvar. Det er vigtigt at det beskrives hvordan processen er demokratisk og det kan være en god idé at synliggøre det, hvis det er meningen at der skal inddrages flere arrangører/deltagere senere i processen.

Samarbejdspartnere

Hvem vil udover projektgruppen blive tilknyttet projektet? Hvordan vil de blive involveret?

En liste over alle de samarbejdspartnere, der indgår i projektet. Langt de fleste projekter bliver lavet i samarbejde med en række organisationer og institutioner og man kan ligeså godt nævne dem i projektbeskrivelsen. Eksempler på samarbejdspartnere er en vejledende/rådgivende person/organisation, en institution der stiller ressourcer/faciliteter til rådighed eller organisationer der sparres med undervejs i projektarbejdet.

Oplevelsen

Hvad vil deltagerne/publikum opleve ved afviklingen af projektet?

En beskrivelse af deltageres/publikums oplevelse til afviklingen af projektet. Det være sig i forbindelse med en fremvisning, som deltager i en event, som læser osv. Det er vigtigt at formidle hvilket udbytte deltagerne får ud af arrangementet, hvordan de har mulighed for at interagere og involvere sig i projektet mv. Det er selvfølgelig mere relevant at beskrive oplevelsen i forbindelse med events og andre fysiske afviklinger end ved rene produktioner af f.eks. film.

Markedsføring/Målgruppe

Hvem er i målgruppen for projektet og hvordan vil i få fat i den?

Det er vigtigt at huske at et projekt kan have adskillige målgrupper. Eksempelvis: som med formålet er det centralt at have for øje at et projekt kan have flere målgrupper. Eksempler kunne være projektgruppens medlemmer (hvis gruppen ikke på forhånd er fastlagt), publikum/deltagere eller den brede offentlighed. Til hver gruppe, der er relevant for projektet, kan man med fordel beskrive hvilken selvstændig markedsføringsstrategi der vil blive anvendt.

Det er centralt at beskrive hvilke markedsføringsmetoder der vil blive taget i brug og hvilke medier projektgruppen ønsker at arbejde igennem. Hjemmeside, presse, internetcommunities, flyers, plakater og mund til mund er gode eksempler.

Evaluering

Hvordan i har tænkt jer at evaluere og afrapportere for projektet?

Det er i en projektbeskrivelse vigtigt at beskrive dels hvordan man vil evaluere (internt i projektgruppen samt i forhold til deltagerne) og afrapportere (til de fonde, der har bevilliget penge til projektet).

Vigtige faktorer i en evaluering er hvordan arbejdet i projektgruppen har fungeret, hvad der er blevet lært ved at arbejde med projektet, hvordan samarbejdet har været med forskellige partnere, hvad modtagerne/målgruppen syntes om produktet?

Der kan være en god ide at benytte sig af forskellige evaluerings og afrapporteringsformer ud over den skriftlige afrapportering (som man ikke kommer udenom). Man kan f.eks. anvende spørgeskemaer/interviews, foto-evaluering eller videooptagelser.

Tidsplan

Hvornår skal hvad være gjort for at projektet bliver realiseret til tiden?

Tidsplanen udarbejdes så den giver et overblik over projektets faser. Som minimum er det en god ide at beskrive en forberedelsesfase (som sandsynligvis er der man er når man skriver projektbeskrivelsen), en produktionsfase, en markedsføringsfase, evt. afvikling/afslutning af projektet, evt. formidling/fremvisning af projektet og dets resultater og sidst en evalueringsfase.

En detalieret milepælsplan over projektet fra start til slut kan også være anvendelig, men jo mere specifik den gøres, jo vanskeligere bliver den at overholde.

Budget

Hvilke udgifter og indtægter er forbundet med projektet? Hvordan skal projektet overordnet finansieres?

Budgettet er en vigtig del af projekbeskrivelsen, da målet ofte er netop af skaffe midler til udvikling af projektet. Indtægter og udgifter skal gå op i budgettet – man skal altså helst have en finansieringsplan færdig når i sender projektbeskrivelsen ud til den første fond. Et budget består af en udgiftsside og en indtægtsside, der skal gå op.

På udgiftssiden laver man et overslag over de samlede udgifter man forestiller sig at der vil være til gennemførelse af projektet og opstiller dem i kategorier (materialeudgifter, transport, markedsføring osv.) En god idé er at udarbejde et maximum (det perfekte budget for afvikling af projektet) og et minimum-budget (de lavest tænkelige beløb projektet kan afvikles for) . Max-budgettet bruges i projektbeskrivelsen og sendes ud til fonde, min-budgettet anvendes internt som en rettesnor for hvornår det ikke længere er muligt at realisere projektet.

På indtægtssiden opstilles samtlige indtægter i forbindelse med projektet. Dvs. hver enkelt ansøgt fond, deltagerbetaling/billetsalg, evt. bardrift, evt. salg af produkt, egenbetaling osv. Det er vigtigt at et projekts budget er realistisk, da der kun sjældent vil blive bevilliget penge til et projekt der ikke ser ud til at kunne blive gennemført. Derfor skal både udgifts- og indtægtssiden virke sandsynlige.

Bilag

Man kan med fordel overveje at arbejde lidt ud over brødteksten i en projektbeskrivelse. Et godt layout, forskellige relevante billeder, citater eller fiktions-tekster kan alt sammen bidrage til at gøre det mere underholdende at læse projektbeskrivelsen.

Derudover kan der være en ide i at vedlægge regulære bilag som f.eks. et cv for projektgruppen, et manuskript eller grafisk materiale eller video der er produceret i forbindelse med projektet.

GODE RÅD

Projektbeskrivelsen

- Vær visionær, men realistisk – det er de færreste fonde der støtter et umuligt projekt.
- Vær nytænkende - præsentér projektet som noget nyt.
- Vær ærlig – lov ikke for meget, det vil blive straffet i sidste ende.
- Undgå at blive tekniske – husk at læserne ikke nødvendigvis har baggrund for at forstå hvad i arbejder med.
- Beskriv processen mindst ligeså indgående som produktet.
- Brug projektbeskrivelsen som et redskab til at udvikle og styre projektet. Ikke kun til at søge penge.
- Det er tilladt at fejle – ”vi vil forsøge at inddrage” er ok, men gør ikke alt relativt.
- Undskyld ikke - undlad at skrive hvad i ikke har tænkt jer at gøre.

Fonde

- Vær ude i god tid. Husk at undersøge ansøgningsfrister
- Undersøg modtagerne af projektbeskrivelsen. Hvad er fondenes formål?
- Husk at mange fonde ikke giver penge til projekter der er påbegyndt.
- Husk at indsende ændringer undervejs i forløbet hvis i har modtaget støtte.